

<https://doi.org/10.26565/2227-1864-2025-97-09>
УДК 81'373.23'373.612.2

Корпусне дослідження переносного вживання імен античних героїв у сучасних онлайн-медіа

Надія Бардин

*магістр філології,
старший викладач кафедри філології,
Український католицький університет;
(вул. Козельницька, 2а, Львів, 79026, Україна);
e-mail: bardyn@ucu.edu.ua; <https://orcid.org/0009-0007-5158-9782>*

Останні роки відзначаються зростанням інтересу до античної міфології, яка дедалі частіше постає не лише як складник культурної спадщини, а й як живе джерело символів і метафор сучасності. Міфологічні образи активно відроджуються в сучасному культурному та медійному просторі, набуваючи нових контекстів і значень.

У сучасному медіадискурсі імена античних героїв функціонують, виконуючи роль знакових елементів культурної пам'яті. Вони нерідко вживаються не у своєму первинному значенні, а в переносному, що дозволяє авторам онлайн-публікацій апелювати до спільних для читачів культурних кодів, створювати експресивні характеристики та поглиблювати інтерпретаційний потенціал текстів. Такі алюзії та метафоризації не лише підсилюють емоційність медіатекстів, але й демонструють механізми збереження та трансформації античної спадщини в сучасному мовному середовищі.

Актуальність дослідження полягає в тому, що воно поєднує корпусну методологію з аналізом культурно маркованих мовних одиниць, що відкриває нові перспективи у вивченні інтертекстуальних зв'язків і способів відображення культурної спадщини в медіапросторі. Отримані результати сприятимуть глибшому розумінню того, як у сучасних українських онлайн ЗМІ реалізуються процеси семантичної трансформації імен античних героїв і які комунікативні завдання вони виконують у суспільному дискурсі.

Метою дослідження є аналіз частотності та специфіки переносного вживання імен античних героїв у текстах сучасних українських онлайн-медіа на основі корпусу ГРАК. Використання корпусного підходу забезпечує репрезентативність матеріалу та дозволяє виявити закономірності функціонування таких одиниць у публіцистичному дискурсі.

Матеріалом є тексти українських онлайн-медіа в корпусі ГРАК, що надає змогу здійснити кількісно-якісний аналіз мовних даних.

Таким чином, проведене дослідження дозволяє не лише простежити динаміку функціонування імен античних героїв у сучасних медіа, але й виявити їхній потенціал як інструментів символічного моделювання соціальної реальності.

Ключові слова: міфоніми, переносне вживання, онлайн-медіа, культурна пам'ять, інтертекстуальність, семантична трансформація, корпусна лінгвістика.

У сучасному медіапросторі антична міфологія постає не лише як складник культурної спадщини, а й як динамічне джерело символів, алюзій і метафор, що використовуються для інтерпретації соціальних, політичних та культурних явищ. Це свідчить про актуальність міфологічного мислення в масовій комунікації, де античні образи набувають нових смислових відтінків і функцій.

Серед досліджень, що заклали теоретичну й методологічну основу для вивчення міфологічних онімів у сучасному медіадискурсі та формують концептуальний каркас цієї роботи, варто виокремити класичні праці з когнітивної семантики й ономастики (О. Потебня [8; 9], О. Селіванова [10], О. Карпенко [3]) та фундаментальні дослідження з когнітивної лінгвістики (G. Lakoff, M. Johnson [16]; V. Evans, M. Green [13]; Z. Kövecses [15]). Вагомий внесок

у вивчення міфологічних структур у медіапросторі здійснив D. Kelsey [14]. Корпусний підхід до аналізу антропонімів у медіадискурсі представлено в дослідженні Ю. Кійка [4]. У монографії О. Колесника [6] розглянуто універсальні механізми взаємодії мови, міфу та культури з позицій універсологічної лінгвістики.

Водночас в українському мовознавстві бракує системних досліджень, спрямованих на виявлення закономірностей уживання міфонімів у сучасному медіадискурсі, їхніх когнітивних і прагматичних особливостей. З огляду на це постає потреба у вивченні механізмів міфологічної репрезентації в медіа як важливого інструменту впливу на масову свідомість і формування національного культурного коду.

Метою дослідження є аналіз частотності та специфіки переносного вживання імен античних



героїв у текстах сучасних українських онлайн-медіа на основі корпусу ГРАК.

Завдання дослідження передбачають:

- означення понять «мовної» та «концептуальної картини світу», «мовних стереотипів», «онімів»;
- виокремлення імен античних героїв у корпусі українських онлайн-ЗМІ;
- аналіз контекстів їхнього вживання в переносному значенні;
- визначення семантичних зрушень, що виникають внаслідок метафоризації;
- окреслення прагматичних функцій, які виконують ці імена в медіатекстах.

У когнітивній лінгвістиці центральними є поняття «мовної» та «концептуальної картини світу», що пояснюють, як знання про реальність формуються та структуруються у свідомості людини. Мовна картина світу трактується як спосіб відображення дійсності крізь призму національно-культурних та лінгвальних особливостей певного мовного колективу [5, с. 6]. Ці ідеї сягають В.Гумбольдта, який вважав мову «органом світобачення», та О. Потебні, що розвинув думку про тісний зв'язок мови і мислення. Пізніше ці положення отримали розвиток у гіпотезі лінгвістичної відносності Сепіра-Ворфа, згідно з якою структура мови зумовлює особливості сприйняття та інтерпретації світу [5, с. 5]. За О. О. Селівановою: «Мовна картина світу – це представлення предметів, явищ, фактів ситуацій дійсності, ціннісних орієнтирів, життєвих стратегій і сценаріїв поведінки в мовних знаках, категоріях, явищах мовлення, що є семіотичним результатом концептуальної репрезентації дійсності в етносвідомості» [10, с. 365].

Мовна картина світу відбиває лише частину ширшої концептуальної картини світу, що охоплює всю систему знань і уявлень, репрезентованих у свідомості у вигляді концептів. Якщо концептуальна картина є ментальною моделлю реальності, то мовна – її вербалізованим фрагментом, зафіксованим у семантиці мовних одиниць. Таким чином, між ними існують відношення часткового включення: концептуальна картина є первинною і всеохопною, а мовна – похідною та колективно-узагальненою [6, с. 45].

Важливим елементом мовної картини світу є мовні стереотипи – стійкі когнітивно-емоційні структури, що відображають соціальні оцінки й колективні уявлення. За Є. Бартмінським, стереотипи поєднують енциклопедичні та мовні конотації, формуючи суб'єктивну, оцінну «стереотипну картину світу». У ній особливе місце займають міфологічні уявлення, що зберігають у культурній пам'яті образи героїв та міфічних істот, які репрезентують універсальні архетипи. Саме через стереотипи та метафори мова фіксує міфологічний пласт колективної

свідомості, що актуалізується в сучасному дискурсі [11, с. 161–163].

У когнітивній ономастиці власні назви розглядаються як одиниці, що поєднують мовну й енциклопедичну інформацію. Ім'я виступає своєрідним «ключем» до ментальних сховищ знань, здатним викликати асоціації, емоції та культурні контексти. Потрапляючи до ментального лексикону, воно перетворюється на концепт, який акумулює досвід, історичну пам'ять і символічні значення [6, с. 51].

Таким чином, у когнітивній парадигмі власна назва функціонує на перетині мовної та концептуальної картин світу. Вона не лише називає, а й інтерпретує, поєднуючи мовну форму з енциклопедичним знанням і культурними асоціаціями. Це зумовлює особливу роль онімів у процесах переосмислення та актуалізації культурних кодів у сучасній комунікації [12], зокрема у переносному вживанні імен античних героїв у сучасних онлайн-медіа.

Корпусне дослідження в когнітивно-семантичній парадигмі дає змогу поєднати кількісний та якісний аналіз мовних фактів. Використання корпусів текстів забезпечує об'єктивність, репрезентативність і відтворюваність результатів, оскільки дає змогу простежити функціонування мовних одиниць у природних контекстах [2]. У цьому дослідженні корпусний підхід застосовується для виявлення та інтерпретації переносних вживань власних назв античних героїв у сучасних українських онлайн-медіа.

Матеріалом дослідження слугує корпус сучасних українських онлайн-медіа, сформований на основі текстів інформаційно-аналітичних видань, блогівих публікацій, культурних і політичних оглядів за останні десять років (2014–2024). Для збору даних було використано український мовний корпус ГРАК (версія Grac v.18), підкорпус Media 2014-2024, що дозволяє здійснювати морфологічний і контекстуальний пошук [1].

Корпусний аналіз дозволяє простежити, як імена античних героїв функціонують у сучасному українському дискурсі не лише як знаки міфологічного минулого, а й як актуальні когнітивні символи, що беруть участь у творенні нових культурних смислів. Таке дослідження сприяє розкриттю механізмів семантичної динаміки онімів і переосмислення класичних образів у сучасному медійному просторі.

Цей підхід співзвучний із концепцією О. О. Потебні про позачасовий характер міфотворення. «Міф полягає в перенесенні індивідуальних рис образу, що має пояснити явище або низку явищ у саме явище» [9, с. 263]. І міф, і наука, і символ, і слово О.О. Потебня розглядав динамічно, як діяльність духу і душі [5, с. 139].

Корпусний аналіз сучасних українських онлайн-медіа засвідчив, що власні назви античних героїв активно функціонують у публіцистичному,

культурному, політичному та освітньому дискурсах. Із загальної вибірки у 1500 контекстів близько 72 % уживань мають переносний або символічний характер. Найчастіше трапляються імена Прометей, Геракл, Ахілл, Мідас, Кассандра, Одисей, що зберігають упізнаваність і стабільну асоціативну структуру.

На основі корпусного аналізу сучасних онлайн-медіа можна виокремити чотири основні типи переносного вживання імен античних героїв, що різняться за ступенем образності, контекстуальної інтегрованості та прагматичної функції.

1. Метафорично-архетипне вживання.

У таких контекстах ім'я виступає як позначення типу особистості або втілення певної риси характеру: «вразливий Ахілл», «герой сучасності – наші Геракли», «Галицький Орфей».

Тут актуалізуються універсальні архетипні моделі сили, жертвності, краси чи таланту, закріплені в колективній культурній пам'яті. Нижче наведено кілька прикладів контекстуального вживання імен героїв, знайдених у корпусі:

«І в моєму трактуванні Олександр Довбуш не якийсь Ахіллес – це людина, яка хотіла просто людського щастя.»

«Геркулес із Закарпаття: як українця визнали найсильнішою людиною планети.»

«Відтоді ... я очолив роботу, начебто Прометей, між владою і переселенцями.»

«Робота над центром об'єднала нас: Жека став другом, натхненником, монолітом і нашим Сізіфом, – каже Микола.»

У наведених прикладах ім'я античного героя використовується для типізації певної риси чи моделі поведінки, що має універсальний, позаіндивідуальний характер.

Цікавим також є вибір позивних українських військових, про яких читаємо в медіа: «Цербер», «Одисей», «Геркулес», «Гектор».

«Український режисер з позивним «Харон» розповів про свою «чорну» роботу на фронті. Іван зізнається, що веде рахунок загиблих бійців, яких він перевозить.»

Це не просто індивідуальні позначення, а семантичні маркери, що актуалізують певні архетипні риси – мужність, витривалість, охорону, жертвність або контакт зі смертю.

У випадку позивного «Харон» спостерігаємо особливо промовисте поєднання античного образу перевізника душ у підземному царстві з військовим досвідом людини, яка буквально перевозить загиблих побратимів. Тут міфологічний мотив набуває трагічної реінтерпретації, стаючи засобом осмислення смерті, обов'язку та моральної тягlosti війни.

2. Метафорично-символічне (алюзійне) вживання.

Імена функціонують як культурні символи, що узагальнено характеризують ситуацію чи

явище: «лавірувати між Сциллою і Харібдою», «відкрити скриньку Пандори», «Гордіїв вузол реформ».

Такі вислови перетворюються на стійкі метафореми, що виконують функцію когнітивного стиску складних понять (небезпека, хаос, невирішуваність). Наведемо кілька прикладів з онлайн-медіа:

«Українська сонячна енергетика: як не повторити долю Ікара.»

«Гра в імітацію або Сізіфові зусилля Держфінмоніторингу.»

«Чи є безпечний шлях між Сциллою безкарності і свавілля і Харібдою конституційно сумнівних рішень?»

«Я не хочу бути Кассандрою, але можливий розкол України...»

«З одного боку, він нагадає Харона, який переправляє душі померлих у царство мертвих...»

«По-перше, ми вважаємо, що маємо бути «церберами» суспільства у Верховній Раді.» (метафоричний символ охорони, контрольної функції)

«Чи не є Одисеєм кожна перша українська жінка, яка вирушила в невідоме...»

У цих прикладах ім'я вжито як культурний натяк, алюзія, що передбачає знання конкретного міфу, але не формує узагальненої архетипної моделі.

Знаходимо також приклад сукупності міфологічних образів у тексті, що створює складну мережу алюзій, де античні міфи функціонують не ізольовано, а як цілісний семіотичний простір для осмислення політичної та історичної ситуації в Україні: *«Ящик Пандори чи Авгієві конюшні... Чи Гордіїв вузол... У будь-якому разі неперегорнута сторінка 1990-х – проблема для країни, її Ахілсова п'ята. Це розуміє Путін, тому й напав. Одним словом, потрібні, щонайменше, сім подвигів Геракла. Інакше від нас залишиться Міф...»*

Цікаво, що фінальна ремарка – «Інакше від нас залишиться Міф» – метарефлексивно повертає міфологічний наратив у площину самосвідомості суспільства, натякаючи на ризик перетворення історії на легенду. Такий прийом можна трактувати як вищий рівень інтертекстуалізації, коли авторка не лише використовує міфологічні образи, а й осмислює сам феномен міфотворення в політичному дискурсі.

3. Іронічне або пародійне вживання.

Міфонім уживається для створення комічного або критичного ефекту, часто знижується стиль або піддається героїчний міф: «наш Сізіф реформ», «Геракл Уйло», «як Ахіллес і черепаха».

Приклади вживання в контексті:

«Український чиновник і реформи – це Ахіллес і черепаха.»

«НАБУ – це наш Мідас, тільки навпаки.»

«Наш Сізіф реформ іде вперед, весело зваливши тягар на плечі.»

Такі контексти відображають іронічне дистанціювання суспільства від героїчних моделей минулого.

4. Концептуально-інтертекстуальне вживання.

Ім'я стає центром інтертекстуальної мережі, що поєднує античні сюжети із сучасними політичними чи культурними наративами: «український Тезей, який має вивести країну з лабіринту», «межигірський Мінотавр», «в Гордіїв вузол уплетене надто багато».

Наведемо більше прикладів такого типу вживання:

«Скриню Пандори відчинив, звичайно ж, Путін.»

«Масова загибель людей у Києві відкрила скриньку Пандори, і, можливо, кришка від неї вже розбилася.»

«Замість вирішення проблем влада створила такий собі лабіринт Мінотавра...»

«Але в нашій країні в Гордіїв вузол уплетене надто багато чого.»

У таких прикладах міфонім набуває концептуальної ваги, стає інструментом інтерпретації історичних подій.

Окремо можна виділити випадки вживання античних імен, як назви військових спецоперацій чи техніки, що є демонстрацією семантичної тягlosti та продуктивності античних імен у військовій номінації. Назви на кшталт *операція «Агамемнон»*, *військово-морське судно «Циклоп»*, *танкер «Тантал»*, *«протикорабельні крилаті ракети «Нептун»*, *атомна торпеда*

«Посейдон», *плавуча платформа «Одіссей»* не лише забезпечують ідентифікацію військових об'єктів чи операцій, а й створюють семантичне поле сили, контролю, мудрості або стихійної могутності, властиве відповідним міфологічним постатям.

Отже, результати корпусного аналізу засвідчують, що імена античних героїв зберігають високу семантичну продуктивність у сучасній українській медійній мові. Їх переносне вживання демонструє процес актуалізації архетипів і міфологічної інтертекстуальності, що відображає взаємодію між колективною пам'яттю та сучасним медіадискурсом. Античний міф, переосмислений у нових комунікативних умовах, постає як когнітивний ресурс, який дозволяє осмислювати сучасність через універсальні культурні образи.

Методологічна стратегія корпусного аналізу дала змогу виявити закономірності функціонування античних онімів у сучасному медійному дискурсі. Репрезентативна вибірка текстів продемонструвала, що більше половини вживань таких імен мають переносний або алюзивний характер. Найчастотнішими є імена Прометей, Геракл, Ахілл, Мідас, Кассандра, Одіссей, що зберігають стабільну символічну наповненість. Вони використовуються для створення метафоричних, іронічних та інтертекстуальних ефектів, а також для відтворення певних когнітивних моделей – зокрема, концептів героїзму, жертви, мудрості, спокуси, передбачення чи вразливості. Така стабільність свідчить про тривале існування міфологічних архетипів у колективній свідомості й про їхню здатність адаптуватися до нових комунікативних реалій.

Список використаної літератури

1. Генеральний регіонально анотований корпус української мови (ГРАК). / М. Шведова, Р. фон Вальденфельс, С. Яригін, А. Рисін, В. Старко, Т. Ніколаєнко, А. Лукашевський та ін. Київ, Львів, Єна, 2017–2025. URL: <https://uacorpus.org> (дата звернення: 24.10.2025).
2. Жуковська В. В. Вступ до корпусної лінгвістики : навч. посіб. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2013. 142 с.
3. Карпенко О. Ю. Когнітивна ономастика : навч. посіб. Одеса : Фенікс, 2010. 158 с.
4. Кійко Ю. Вживання антропонімів у сучасному німецькому й українському медіадискурсах. *Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Германська філологія*. 2023. Т. 843. С. 46–52. URL: <https://doi.org/10.31861/gph2023.843.46-52>
5. Кісь Р. Мова, думка і культурна реальність (від О. Потебні до гіпотези мовного релятивізму). Львів : Літопис, 2002. 304 с.
6. Колесник О. С. Мова та міф у вимірі міждисциплінарних студій : монографія. Чернігів : Десна Поліграф, 2016. 240 с.
7. Лукаш Г. П. Актуальні питання української конотоніміки : монографія. Донецьк : Промінь, 2011. 448 с.
8. Потебня О. О. Думка і мова. Київ : Наукова думка, 1993. 720 с.
9. Потебня О. Слово и миф. Москва : Правда, 1989. 622 с.
10. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.
11. Bartmiński J., Zinken J. Aspects of Cognitive Ethnolinguistics. London : Equinox, 2012. 256 с.
12. Corazza E., Genovesi C. On the metaphoric uses of (fictional) proper names. *Studies in the philosophy of language and linguistics*. 2018. Т. 10 : Objects of inquiry in philosophy of language and linguistics. С. 41–58.
13. Evans V., Green M. Cognitive Linguistics: An Introduction. Edinburgh : Edinburgh University Press, 2006. 830 с.
14. Kelsey D. Media and Affective Mythologies: Discourse, Archetypes and Ideology in Contemporary Politics. London : Palgrave Macmillan, 2017. 180 с. URL: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-60759-7>.
15. Kövecses Z. Metaphor: A Practical Introduction. New York : Oxford University Press, 2010. 378 с.
16. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. Chicago : University of Chicago Press, 1980. 242 с.

Надійшла до редакції 21 серпня 2025 р.
Переглянута 15 жовтня 2025 р.
Прийнята до друку 21 жовтня 2025 р.
Опублікована 30 грудня 2025 р.

References

1. Heneralnyi rehionalno anotovanyi korpus ukrainskoi movy (HRAK) [General Regionally Annotated Corpus of the Ukrainian Language]. Shvedova, M., fon Valdenfels, R., Yaryhin, S., Rysin, A., Starko, V., Nikolaienko, T., Lukashevskyi, A., et al. (2017–2025). *Heneralnyi rehionalno anotovanyi korpus ukrainskoi movy (HRAK)*. Kyiv, Lviv, Yena. Retrieved October 24, 2025, from <https://uacorporus.org> [in Ukrainian].
2. Zhukovska, V. V. (2013). *Vstup do korpusnoi linhvistyky* [Introduction to corpus linguistics]. Zhytomyr: ZhDU im. I. Franka. [in Ukrainian].
3. Karpenko, O. Yu. (2010). *Kohnityvna onomastyka* [Cognitive onomastics]. Odesa: Feniks. [in Ukrainian].
4. Kiiko, Yu. (2023). Vzhivannia antroponimiv u suchasnomu nimetskomu y ukrainskomu mediadyskursakh [Usage of anthroponyms in modern German and Ukrainian media discourses]. *Naukovyi visnyk Chernivetskoho natsionalnoho universytetu imeni Yuriia Fedkovycha. Hermanska filolohiia*, 843, 46–52. <https://doi.org/10.31861/gph2023.843.46-52> [in Ukrainian].
5. Kis, R. (2002). *Mova, dumka i kulturna realnist (vid O. Potebni do hipotezy movnoho relatyvizmu)* [Language, thought and cultural reality]. Lviv: Litopys. [in Ukrainian].
6. Kolesnyk, O. S. (2016). *Mova ta mif u vymiri mizhdystsyplinarnykh studii* [Language and myth in the dimension of interdisciplinary studies]. Chernihiv: Desna Polihraf. [in Ukrainian].
7. Lukash, H. P. (2011). *Aktualni pytannia ukrainskoi konotonimiky* [Topical issues of Ukrainian connotonymics]. Donetsk: Promin. [in Ukrainian].
8. Potebnia, O. O. (1993). *Dumka i mova* [Thought and language]. Kyiv: Naukova dumka. [in Ukrainian].
9. Potebnia, O. (1989). *Slovo i mif* [Word and myth]. Moscow: Pravda. [in Russian].
10. Selivanova, O. O. (2008). *Suchasna linhvistyka: napriamy ta problemy* [Modern linguistics: Directions and problems]. Poltava: Dovkillia-K. [in Ukrainian].
11. Bartmiński, J., & Zinken, J. (2012). *Aspects of Cognitive Ethnolinguistics*. London: Equinox. [in English]
12. Corazza, E., & Genovesi, C. (2018). On the metaphoric uses of (fictional) proper names. *Studies in the Philosophy of Language and Linguistics*, 10(Objects of Inquiry in Philosophy of Language and Linguistics), 41–58. [in English]
13. Evans, V., & Green, M. (2006). *Cognitive Linguistics: An Introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press. [in English]
14. Kelsey, D. (2017). *Media and Affective Mythologies: Discourse, Archetypes and Ideology in Contemporary Politics*. London: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-60759-7> [in English]
15. Kövecses, Z. (2010). *Metaphor: A Practical Introduction*. New York: Oxford University Press. [in English]
16. Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press. [in English]

Submitted August 21, 2025.
Revised October 15, 2025.
Accepted October 11, 2025.
Published December 30, 2025.

Nadiia Bardyn, Master of Philology, Senior Lecturer at the Department of Philology; Ukrainian Catholic University (2a Kozelnytska St., Lviv, 79026, Ukraine); e-mail: bardyn@ucu.edu.ua; <http://orcid.org/0009-0007-5158-9782>

A corpus study on the figurative usage of ancient hero names in contemporary online media

In recent years, interest in ancient mythology has been steadily increasing, as it emerges not merely as a component of cultural heritage but as a dynamic source of symbols and metaphors relevant to contemporary contexts. Mythological figures are actively revived across popular culture, and media, acquiring new meanings, associations, and situational nuances in the process.

Within contemporary media discourse, the names of ancient heroes operate as salient elements of cultural memory. They are frequently employed figuratively rather than literally, enabling authors of online publications to appeal to shared cultural codes, create expressive characterizations, and expand the interpretive potential of texts. Such allusions and metaphorical uses enhance the emotional impact of media narratives while simultaneously illustrating the mechanisms by which ancient cultural heritage is preserved, adapted, and transformed in the modern linguistic environment.

The significance of this study lies in its integration of corpus-based methodology with the analysis of culturally marked linguistic units, providing new perspectives for investigating intertextual connections and the representation of cultural heritage within the media landscape. The research findings offer insights into how semantic transformations of ancient hero names are realized in contemporary Ukrainian online media and the communicative functions these linguistic units perform within public discourse.

The primary aim of this study is to examine the frequency and distinctive patterns of figurative usage of ancient hero names in contemporary Ukrainian online media texts, drawing upon the GRAC corpus. Employing a corpus-based approach ensures the representativeness of the dataset and allows for the identification of systematic patterns in the use of these units within journalistic discourse, including both expressive and evaluative functions.

The material under analysis comprises Ukrainian online media texts included in the GRAC corpus, which enables a comprehensive quantitative and qualitative analysis of linguistic phenomena. By tracing the deployment of ancient hero names, the study highlights not only their evolving semantic and pragmatic roles but also their capacity to function as instruments for symbolic modeling and interpretation of social reality.

Overall, the research demonstrates that the figurative and allusive use of mythological names in contemporary media serves as a meaningful interface between past and present, linking collective cultural memory with contemporary communicative needs. This approach sheds light on broader mechanisms of cultural continuity, adaptation, and semiotic innovation, illustrating the enduring relevance of classical mythology as a source of symbolic and rhetorical resources in today's media environment.

Key words: mythonyms, figurative use, online media, cultural memory, intertextuality, semantic transformation, corpus linguistics.

Як цитувати: Бардин, Н. (2025). Корпусне дослідження переносного вживання імен античних героїв у сучасних онлайн-медіа. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія»*, (97), 58-63. <https://doi.org/10.26565/2227-1864-2025-97-09>

In cites: Bardyn, N. (2025). A corpus study on the figurative usage of ancient hero names in contemporary online media. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series Philology*, (97), 58-63. <https://doi.org/10.26565/2227-1864-2025-97-09> [in Ukrainian]